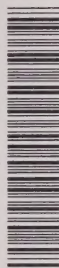


CA1  
XC72  
- 2012  
C17

Government  
Publications



HOUSE OF COMMONS  
CANADA



3 1761 11970329 6

# THE CANADIAN TRADE COMMISSIONER SERVICE

## Report of the Standing Committee on International Trade

Hon. Rob Merrifield, P.C., M.P.  
Chair

MARCH 2012

41st PARLIAMENT, 1st SESSION



---

Published under the authority of the Speaker of the House of Commons

### **SPEAKER'S PERMISSION**

Reproduction of the proceedings of the House of Commons and its Committees, in whole or in part and in any medium, is hereby permitted provided that the reproduction is accurate and is not presented as official. This permission does not extend to reproduction, distribution or use for commercial purpose of financial gain. Reproduction or use outside this permission or without authorization may be treated as copyright infringement in accordance with the *Copyright Act*. Authorization may be obtained on written application to the Office of the Speaker of the House of Commons.

Reproduction in accordance with this permission does not constitute publication under the authority of the House of Commons. The absolute privilege that applies to the proceedings of the House of Commons does not extend to these permitted reproductions. Where a reproduction includes briefs to a Standing Committee of the House of Commons, authorization for reproduction may be required from the authors in accordance with the *Copyright Act*.

Nothing in this permission abrogates or derogates from the privileges, powers, immunities and rights of the House of Commons and its Committees. For greater certainty, this permission does not affect the prohibition against impeaching or questioning the proceedings of the House of Commons in courts or otherwise. The House of Commons retains the right and privilege to find users in contempt of Parliament if a reproduction or use is not in accordance with this permission.

Additional copies may be obtained from: Publishing and Depository Services  
Public Works and Government Services Canada  
Ottawa, Ontario K1A 0S5  
Telephone: 613-941-5995 or 1-800-635-7943  
Fax: 613-954-5779 or 1-800-565-7757  
[publications@tpsgc-pwgsc.gc.ca](mailto:publications@tpsgc-pwgsc.gc.ca)  
<http://publications.gc.ca>

Also available on the Parliament of Canada Web Site  
at the following address: <http://www.parl.gc.ca>

# **THE CANADIAN TRADE COMMISSIONER SERVICE**

## **Report of the Standing Committee on International Trade**

**Hon. Rob Merrifield, P.C., M.P.  
Chair**

**MARCH 2012**

**41st PARLIAMENT, 1st SESSION**





# **STANDING COMMITTEE ON INTERNATIONAL TRADE**

## **CHAIR**

Hon. Rob Merrifield

## **VICE-CHAIRS**

Hon. Wayne Easter

Brian Masse

## **MEMBERS**

Ron Cannan

Russ Hiebert

Gerald Keddy

Mathieu Ravignat

Devinder Shory

Raymond Côté

Ed Holder

Ève Péclet

Bev Shipley

## **OTHER MEMBERS OF PARLIAMENT WHO PARTICIPATED**

Robert Chisholm

## **CLERK OF THE COMMITTEE**

Paul Cardegna

## **LIBRARY OF PARLIAMENT**

**Parliamentary Information and Research Service**

Alexandre Gauthier, Analyst



# THE STANDING COMMITTEE ON ON INTERNATIONAL TRADE

has the honour to present its

## THIRD REPORT

Pursuant to its mandate under Standing Order 108(2), the Committee has studied the Trade Commissioner Service and has agreed to report the following:






## TABLE OF CONTENTS

---

|  |    |
|--|----|
| THE CANADIAN TRADE COMMISSIONER SERVICE .....  | 1  |
| INTRODUCTION .....   | 1  |
| RATIONALE FOR THE EXISTENCE OF THE TRADE COMMISSIONER<br>SERVICE .....               | 1  |
| ORGANIZATIONAL STRUCTURE AND SERVICES OF THE TRADE<br>COMMISSIONER SERVICE .....     | 3  |
| SUCCESS OF THE TRADE COMMISSIONER SERVICE IN ASSISTING<br>BUSINESSES .....           | 6  |
| Satisfaction with the services of the TCS .....                                      | 6  |
| Trade promotion versus trade assistance .....  | 7  |
| Canada's Trade Commissioner Service and similar services in other<br>countries ..... | 8  |
| CONCLUSION .....   | 8  |
| APPENDIX: LIST OF WITNESSES .....  | 11 |
| REQUEST FOR GOVERNMENT RESPONSE .....  | 13 |
| SUPPLEMENTARY REPORT OF THE NEW DEMOCRATIC PARTY .....                               | 15 |
| LIBERAL PARTY DISSENTING OPINION .....   | 17 |



Digitized by the Internet Archive  
in 2023 with funding from  
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761119703296>

# **THE CANADIAN TRADE COMMISSIONER SERVICE**

---

## **INTRODUCTION**

On September 27, 2011, the House of Commons Standing Committee on International Trade (hereinafter, the Committee) decided to conduct a study on the Canadian Trade Commissioner Service (TCS). The Committee's primary objective was to evaluate the effectiveness and efficiency of the TCS in enhancing commercial opportunities for Canadian businesses abroad. To that end, the Committee held four hearings in Ottawa between October 2011 and March 2012 to gather information about the TCS' current structure and activities, and to hear from some of the TCS' clients regarding their experiences with the service.

The TCS is a network of professionals from the Department of Foreign Affairs and International Trade (DFAIT) working internationally in embassies, high commissions and consulates in more than 150 cities worldwide as well as in 18 regional offices across Canada to provide information, advice and support to Canadian businesses as they seek to advance their international commerce strategy.

As part of the federal Global Commerce Strategy, implemented in 2008, the TCS has recently increased its presence in certain priority and emerging markets. For example, new offices have been opened in China, India and Brazil to take advantage of opportunities for Canadian exporters and investors in sectors such as manufacturing, information technology, and agriculture and agri-food. The TCS has also strengthened and expanded its resources in its regional offices in Canada.

## **RATIONALE FOR THE EXISTENCE OF THE TRADE COMMISSIONER SERVICE**

From the perspective that exports contribute to Canada's prosperity, the Committee's witnesses agreed that the federal government has a role to play in supporting Canadian firms as they advance their international commercial strategies. The Committee was told that, because of globalization and the changing nature of manufacturing, it is more critical today than at any other time in history for businesses to be globally competitive and to connect with global supply chains. In that context, Jean-Michel Laurin (Vice-President, Global Business Policy, Canadian Manufacturers & Exporters) noted that the business case for trade commissioners around the world is stronger than ever.

According to DFAIT officials, firms that export have higher annual productivity growth than those that do not export. Hence, they claimed that the TCS stimulates productivity gains through supporting exports. In that regard, Peter McGovern (Assistant Deputy Minister, Asia and Chief Trade Commissioner, DFAIT) said:



Research demonstrates that every dollar spent on the trade commissioner service generates \$27 in increased exports and that firms that access our services export 18% more than comparable firms that don't. In short, higher productivity strengthens firms, international business stimulates productivity gains, and the trade commissioner service supports international business.<sup>1</sup>

Most of the Committee's witnesses mentioned the crucial role that the TCS plays in supporting the efforts of small and medium-sized enterprises (SMEs) to compete globally. Because the costs of acquiring market intelligence and building relationships with clients in foreign markets are relatively higher for SMEs, the assistance given by trade commissioners and the access to TCS networks in other countries provide those SMEs that wish to compete internationally with an advantage and with the ability to invest in technology and production rather than in marketing their products abroad. This assistance is particularly valuable for companies that are at an early stage of development or that have no experience in exporting.

While some witnesses argued that large companies are able to compete internationally without TCS support, others noted the value-added assistance provided by the TCS in resolving market access issues. Murad Al-Katib (Chair, Small and Medium Enterprise Advisory Board) pointed out that, as companies get bigger, problems can become more complex. Citing a personal experience, he said:

We export a large amount of product to Algeria. It's a very big consumption market for Canadian green lentils. We recently — let's say two years ago — had a problem. A very small shipment of lentils ended up in a customs problem on the import side when an importer actually went bankrupt. As a result of customs rules, we couldn't free that cargo from the grasp of the Algerian customs. We worked for over 13 months to resolve a small problem. Finally, with some advice from our colleagues at Foreign Affairs, we contacted our embassy in Algiers, and within 13 days — not 13 months — our containers were released, our problem was solved, and we were able to continue on with our business.<sup>2</sup>

The Committee was told that the TCS' value can take different forms, depending on the economic relationship between Canada and a specific trading partner, as well as the business and cultural environments that characterize the targeted market. For example, the TCS has helped to maintain the trading relationship between Canada and the United States in the context of the Buy American provisions included in the *American Recovery and Reinvestment Act of 2009* by helping companies to obtain waivers and by working with local governments to ensure that Canadian companies continue to have access to local procurement markets in the United States. In Europe, the TCS helps Canadian businesses to understand and comply with complex European regulations, and would be instrumental in supporting Canadian companies in their efforts to capitalize on market opportunities

---

1 Evidence, Meeting No. 4, October 4, 2011.

2 Evidence, Meeting No. 23, February 28, 2012.

following ratification of a comprehensive economic and trade agreement by Canada and the European Union. In Asia, the TCS assists Canadian businesses in understanding the business culture and in building the relationships that can lead to fruitful business partnerships.

Some witnesses noted that the TCS has an important role to play in the context of the free trade agreements that Canada is presently negotiating or that have recently entered into force. It was suggested that the TCS should focus on the countries that are the subject of these agreements in order to help Canadian exporters and investors take advantage of the preferential treatment obtained as a result of the agreements.

## **ORGANIZATIONAL STRUCTURE AND SERVICES OF THE TRADE COMMISSIONER SERVICE**

The TCS offers a range of services, all of which are designed to support the growth of Canadian companies internationally:

- preparing for international markets, for example by helping Canadian businesses to determine if they are internationally competitive, to identify a target market, to collect market and industry information, and to improve their international business strategy;
- assessing market potential, for example by providing market intelligence and advice on how to improve businesses' market strategy;
- finding qualified contacts, such as potential buyers and partners, financial and legal professionals, technology sources, and foreign regulatory authorities and investment promotion agencies; and
- resolving problems, including in respect of customs clearance and shipping, unfair business treatment, contract bidding, storage and warehousing, insurance coverage and claims, and overdue accounts receivable.<sup>3</sup>

Export Development Canada (EDC) also has a mandate to support and develop Canada's exports. Unlike the TCS, however, EDC operates as a commercial institution that collects interest on its loans and premiums on its insurance products. It does not receive

---

3 Department of Foreign Affairs and International Trade, *Overview of Services*, 2012, <http://www.tradecommissioner.gc.ca/eng/services.jsp>.



annual parliamentary appropriations and does not provide subsidies to Canadian companies.

According to DFAIT and EDC officials, their organizations work closely together and meet regularly to examine global strategies. Even though DFAIT trade commissioners and EDC employees share the same clientele, the officials told the Committee that most services provided by them are complementary and do not overlap. According to Stephen Poloz (President and Chief Executive Officer, Export Development Canada), trade commissioners and EDC employees often refer clients to each other based on needs and activities. Some of the witnesses representing private-sector companies agreed that the services provided by TCS and EDC do not overlap.

In addition to the collaborative relationship between the TCS and EDC, the Committee learned that DFAIT trade commissioners are supported directly or indirectly by other federal departments and agencies that provide sectoral and/or technical expertise. For example, Agriculture and Agri-Food Canada has the Agri-Food Trade Service, which supports Canadian food exporters and has employees working in Canadian embassies, high commissions and consulates abroad.

Witnesses informed the Committee that some private companies and consulting firms offer services that are similar to those provided by the TCS. The biggest difference, however, is that the TCS' services are provided to Canadian businesses at no direct cost to them. According to Peter McGovern, because of the number of trade commissioners and their presence in so many countries, the private sector cannot replicate what is provided by the TCS. He said:

We are something of a government KPMG. Our headquarters is here in Ottawa, and our national network consists of 18 service points across Canada. We also have an international network with 150 service points. So, we are a very large organization. Our network cannot be compared to anything in the private sector, and we provide Canadian exporters with free services.<sup>4</sup>

The Committee's witnesses provided varied comments about the current and future geographical presence of the TCS. A number of witnesses mentioned that ongoing changes in production and trade patterns require the TCS to be in the right place at the right time. According to Glen Hodgson (Senior Vice-President and Chief Economist, Conference Board of Canada), analysis by the Conference Board of Canada, which was based on variables such as value-added trade, demonstrates the need to have more trade commissioners located in emerging markets where there is high potential for growth in Canadian trade. He said:

---

4      *Evidence, Meeting No. 4, October 4, 2011.*

As we develop the positioning of trade commissioners around the world, whether it's just moving people around or increasing their numbers, I would like to see a bias in favour of emerging markets. I would like to see more and more people who actually develop deep knowledge of how to do business in the Middle East, in South Asia, in Africa, and in Southeast Asia, because that's where the high growth potential is. China is a market of 1.4 billion people; imagine how many offices we could have in cities of more than five million people in China, because here's a plethora of those.<sup>5</sup>

Peter Clark (President, Grey, Clark, Shih and Associates Limited) agreed with the need to increase the TCS' presence in China, but acknowledged that the TCS has done that recently through opening new offices in that country. According to him, the TCS should also give special attention to Russia, which has now joined the World Trade Organization. According to Mr. Clark, the focus of the TCS should be on markets that are expanding rather than on those that are shrinking.

Some witnesses raised the issue of the constant rotation of Canadian trade commissioners abroad, and suggested that this practice is detrimental to the quality of the service provided by the TCS. While there was a consensus among the Committee's witnesses that trade commissioners are qualified and are devoted to the TCS' mandate, some highlighted the lack of corporate memory resulting from the relatively short assignment of trade commissioners to a particular location; in general, each assignment is three to four years. A lack of corporate memory may be particularly detrimental in countries such as China or Japan, where cultural barriers are relatively more pronounced and personal relationships are a key component of doing business. In speaking about the length of assignment of trade commissioners in those key emerging markets, Brent Howatt (Director of Sales, Koss Aerospace) said:

It usually takes two years of being in a position before they understand the individuals and the companies that they're getting into, because it's not just a matter of the companies, it's the personalities that they're dealing with as well. We'd like to see longer reigns with people in those regions.<sup>6</sup>

The Committee was told that locally engaged trade commissioners provide some continuity in services, and some witnesses expressed satisfaction with the services provided by them, noting that they are well qualified and have an advantage in terms of knowledge of local customs and practices. While locally engaged trade commissioners cannot be expected to have the same loyalty to Canada as trade commissioners hired in Canada, the cost of employing them is relatively lower.

In that context, the Committee noted that there are advantages associated with employing locally engaged trade commissioners. That said, there are also disadvantages;

---

5 *Evidence*, Meeting No. 23, February 28, 2012.

6 *Evidence*, Meeting No. 25, March 6, 2012.

for example, locally engaged personnel generally do not have the same direct ties to the Canadian government. For that reason, foreign officials and stakeholders may prefer to collaborate with Canadian trade commissioners.

## **SUCCESS OF THE TRADE COMMISSIONER SERVICE IN ASSISTING BUSINESSES**

### **Satisfaction with the services of the TCS**

Witnesses made favourable comments about their experiences with the TCS. The Committee was told that trade commissioners have good knowledge of foreign markets and have established networks in those markets that allow Canadian companies to save time and money in making the connections needed to reach their export and investment goals. To illustrate this point, Chris Clarke (President, Mobile Detect Inc.) said:

What if the trade commissioner service had not provided the local San Diego market intelligence, market knowledge, and networking to us? We at Mobile Detect are well aware of what the answer would be. The cost and time to make similar contacts would have been high, if not prohibitive. The senior executives of large corporations would not have been accessible to a small Canadian innovator.<sup>7</sup>

Murad Al-Katib shared his opinion that the TCS is “head and shoulders” above its market competition in the world in terms of the services offered. That said, the one area that the TCS needs to address, according to Mr. Al-Katib, is ensuring greater consistency of service across offices, a goal that can be achieved if TCS trade commissioners have the proper mix of local knowledge and knowledge about the Canadian economy.

DFAIT officials agreed with Mr. Al-Katib’s analysis, and told the Committee that consistency in the quality of TCS services was identified in client surveys as an area that should be a focus in order to increase the chance of success for Canadian businesses that use the services of the TCS.

As well, DFAIT officials told the Committee that the TCS attracts new Canadian businesses in two ways: through specific requests to its offices abroad or in Canada, or through its Web and telephone portals. In 2010, the TCS served more than 13,000 Canadian firms, a 10% increase over 2009; most of these firms were SMEs.

Some witnesses mentioned that advertising should be the highest priority of the TCS. In that regard, it was suggested that the TCS should be proactive, and should meet directly with trade associations and businesses in key areas in order to explain what is

---

<sup>7</sup> Evidence, Meeting No. 7, October 20, 2011.

available to them from the TCS. On that point, Yuen Pau Woo (President and Chief Executive Officer, Asia-Pacific Foundation of Canada) said:

I think it would be of good value for the trade commissioner service to expand on interchanges with industry to, from time to time, embed trade commissioners into industry associations, maybe into companies for short stints, and then have them go back into the public service, so that they get a better understanding of the real challenges at the industry level. This kind of cross-fertilization could be very good both for the trade commissioners and for the private sector.<sup>8</sup>

DFAIT officials also expressed the desire to increase the number of Canadian firms assisted by the TCS. They highlighted a particular interest in increasing the number of very small firms that export, believing that, through their growth, they will in turn generate more prosperity and will bring in other firms as well.

In speaking about new technologies, Yuen Pau Woo said that he was impressed by the TCS' attempt to broaden its range of outreach mechanisms, particularly its use of the Internet. He found that the virtual trade commissioner is a good initiative, with up-to-date information, and that the TCS provides high-quality market and industry reports.

### **Trade promotion versus trade assistance**

On the issue of the allocation of human and financial resources between the two activities of trade promotion and trade assistance, witnesses told the Committee that the TCS has achieved the right balance.

The notion of marketing a "Canada" brand that builds on Canada's assets and worldwide reputation as a producer of high-quality products was noted by a number of witnesses; they felt that this activity should be at the core of the TCS' mandate. Similarly, the Committee was told that having an organization such as the TCS acting on behalf of the Canadian government can open many doors for Canadian exporters.

Edmond Chiasson (Vice-President, Public Affairs, Plasco Energy Group Inc.) added the caveat that Canadian companies need to be realistic about what the TCS can achieve. According to him, companies can benefit from the strategic advice and the local knowledge provided by trade commissioners but, at the end of the day, companies themselves have to sell their own value added.

Regarding trade promotion, the Committee was told that the TCS, and the federal government more generally, should consider the revival of "Team Canada" trade missions

---

8 *Evidence, Meeting No. 25, March 6, 2012.*



as a way to involve businesses more directly in federal efforts to advocate Canadian commercial interests abroad. DFAIT officials acknowledged that the trade mission format is successful in certain markets and that the minister of International Trade is receptive to such initiatives.

While most of the work of trade commissioners consists of proactively promoting trade, another activity — troubleshooting or solving problems faced by Canadian exporters — is critically important, particularly for perishable goods and for SMEs with limited resources. In that regard, the TCS is collaborating with others, as required, to resolve market access issues. For example, the Canadian Food Inspection Agency has established positions in key markets for agricultural products, such as Japan and China, to address sanitary and phytosanitary issues.

### **Canada's Trade Commissioner Service and similar services in other countries**

According to the Committee's witnesses, the services provided to Canadian exporters by the TCS compare favourably with similar services offered in other countries. Although Canada cannot compete with countries such as the United States in terms of the level of resources devoted to assisting domestic businesses in their activities abroad, Canada appears to compensate for a relatively lower level of financial and human resources by providing high-quality services. According to Jacques Bonaventure (Director Business Development, Centra Industries Inc.), the TCS provides a first-class service that is recognized worldwide. Brent Howatt went further, suggesting that the overall quality of the TCS' services is superior to similar services offered by other countries to their businesses that export.

In terms of international best practices from which the TCS could learn, Jean-Michel Laurin mentioned that Australia uses a test to assess the export-readiness of companies; the objectives are to ensure a true readiness to export and the existence of sufficient financing to be competitive on the world stage. According to Mr. Laurin, the export-readiness of a company should be the first criterion used by the TCS in assessing the eventual success of a company in its activities abroad; in that regard, the TCS can learn from the experience in Australia.

## **CONCLUSION**

Over the course of its study on the TCS, the Committee heard a range of testimony. Witnesses were consistent in their view that, in the context of globalization and the changing nature of manufacturing, the business case for trade commissioners, who support Canadian exporters and investors as they develop and execute their international commerce strategies, is stronger than at any other point in history. The TCS also appears to have achieved the right balance between trade promotion and trade assistance.



The Committee noted that the support provided by the TCS is particularly vital for SMEs, as the costs of acquiring market intelligence and building relationships in foreign markets are relatively higher for them. This support is particularly valuable for companies that are at an early stage of development or that have no experience in international trade.

A central theme emerged during the Committee's hearings: the TCS offers services that are of high quality and that are tailored to the needs of Canadian businesses. Moreover, the services provided to Canadian exporters by the TCS compare favourably with the services offered in other countries to their export-oriented businesses.

The Committee noted three areas in which the TCS could improve its services. From that perspective, the Committee recommends that:

#### **Recommendation 1**

**The Trade Commissioner Service ensure greater consistency of service across offices.**

#### **Recommendation 2**

**The Trade Commissioner Service continue to build capacity in emerging markets where the potential for growth in Canadian trade is high.**

#### **Recommendation 3**

**The Trade Commissioner Service address the lack of corporate memory and local knowledge resulting from the constant rotation of Canadian trade commissioners abroad.**

#### **Recommendation 4**

**The Trade Commissioner Service focus on the countries with which Canada has signed a free trade agreement in order to help Canadian exporters and investors take advantage of the preferential treatment obtained as a result of these agreements.**



## APPENDIX: LIST OF WITNESSES

| Organizations and Individuals  | Date       | Meeting |
|--|------------|---------|
| <b>Department of Foreign Affairs and International Trade</b><br>Peter MacArthur, Acting Assistant Deputy Minister,<br>International Business Development, Investment and Innovation<br>Peter McGovern, Assistant Deputy Minister,<br>Asia and Chief Trade Commissioner | 2011/10/04 | 4       |
| <b>Canadian Manufacturers and Exporters</b><br>Jean-Michel Laurin, Vice-President,<br>Global Business Policy   | 2011/10/20 | 7       |
| <b>Clearford Industries Inc.</b><br>Bruce Linton, President and Chief Executive Officer  |            |         |
| <b>Cubex Limited</b><br>Hemant M. Shah, Director,<br>Western Asia, Megamatic Drilling Division   |            |         |
| <b>Mobile Detect Inc.</b><br>Chris Clarke, President   |            |         |
| <b>Plasco Energy Group Inc.</b><br>Edmond Chiasson, Vice-President,<br>Public Affairs  |            |         |
| <b>Conference Board of Canada</b><br>Glen Hodgson, Senior Vice-President and Chief Economist   | 2012/02/28 | 23      |
| <b>Export Development Canada</b><br>Stephen Poloz, President and Chief Executive Officer   |            |         |
| <b>Grey, Clark, Shih and Associates Limited</b><br>Peter Clark, President  |            |         |
| <b>Small and Medium-Sized Enterprises Advisory Board</b><br>Murad Al-Katib, Chair  |            |         |
| <b>Asia-Pacific Foundation of Canada</b><br>Yuen Pau Woo, President and Chief Executive Officer  | 2012/03/06 | 25      |
| <b>Centra Industries Inc.</b><br>Jacques Bonaventure, Director Business Development  |            |         |
| <b>Koss Aerospace</b><br>Brent Howatt, Director of Sales   |            |         |



# REQUEST FOR GOVERNMENT RESPONSE

Pursuant to Standing Order 109, the Committee requests that the government table a comprehensive response to this Report.

A copy of the relevant Minutes of Proceedings (Meetings Nos. 4, 7, 23, 25, 28 and 29) is tabled.

Respectfully submitted,

Hon. Rob Merrifield, P.C., M.P.

Chair





## **NDP Supplementary Report:**

### **The Standing Committee on International Trade Study of Canada's Trade Commission Service**

The NDP thanks the Committee and witnesses for devoting their time to studying the work of our Trade Commission Service (TCS). The NDP supports Canada's Trade Commissions and views their contributions to promoting trade interests around the globe as valuable. As Canada is a leading trading nation the Government of Canada has an important role in promoting and sustaining economic growth by facilitating international trade opportunities for Canadian businesses.

The Committee's study of the TCS was generally thorough and balanced and the NDP supports much of its content. The NDP disagrees with one important majority recommendation and has additional elements to contribute. In particular, there are important aspects of witness testimony heard by the Committee that are not reflected in the report that should be included.

The Committee heard direct testimony that the TCS is a successful advocate for Canadian firms on matters of public policy. Specific reference was made with respect to its interventions on behalf of Canadian firms unable to access the US market due to the Buy American Act. The NDP recognizes these efforts and sees an invaluable role for the TCS in helping to maintain market access for Canadian firms in a context of rapidly shifting policy environments in our trading partners. This critical role can be expanded to address trade and non-tariff trade barriers such as the rules of origin provisions that limit market access for manufactured goods produced in Canada.

The Committee also heard testimony specifically outlining that Canadian Small and Medium Sized Enterprises are underserved by the TCS but potentially stand to gain substantially from the services it is capable of providing. The TCS should take specific measures to focus on addressing this issue.

Additionally, the Committee heard testimony outlining that one of the problems associated with the effective deployment of services from the TCS to staffing turnover in field offices abroad. Although the issue was discussed in the context of deficiencies within the TCS and an uneven level of service offered by individual offices, the Committee failed to clearly determine the cause of the inability of certain offices to retain employees, despite a March 15, 2012 NDP motion specifically seeking to address this question: 'That, as part of its study on the Trade Commissioner Service, the Committee invite officials from the Department of Foreign Affairs and International Trade who are responsible for hiring trade commissioners in order to discuss general trends in staff turnover and the challenges involved in staff retention at the Trade Commissioner Service.'

There is one recommendation that the NDP disagrees with. In particular, we do not believe that the Trade Commissioner Service should prioritize nations with which we have

free trade agreements. Implementation of this recommendation would compromise Canada's capacity to facilitate trade with important partners with whom we maintain a robust trade relationship despite the absence of a free trade agreement. Rather, the NDP believes that the Trade Commissioner Service should prioritize regions with the greatest level or potential level of trade. In many cases this will include nations with which we have free trade agreements, but not in all cases.

Finally, the NDP believes that Canada should be a leader in corporate social responsibility and that Canadian companies should abide by international human rights law and environmental standards when operating overseas. The government should ensure it supports responsible corporate behaviour in its work with Canadian companies, including through the important work of the TCS.

To conclude, the NDP supports much of the Committee's report, but is submitting this supplemental report to clarify the ways in which the TCS can better promote Canadian values and business in an increasingly complex and dynamic global marketplace.

### **NDP Recommendations for Trade Commissioner Service Report**

After a thorough review of the services offered by the Trade Commissioner Service (TCS) by the Standing Committee on International Trade, the New Democratic Party of Canada recommends the following improvements:

- 1. Given the fact that the Trade Commissioner Service is the primary gateway for Canadian companies into the international market and that small and medium enterprises (SMEs) account for most businesses in Canada, the Government of Canada should provide improved support for SMEs, increasing the visibility, consistency and effectiveness of the services offered to them by the Trade Commissioner Service.**
- 2. The Trade Commissioner Service should work to clarify the realities of the Canadian marketplace for potential and current trade partners particularly with respect to the North American integration of value added sectors with an emphasis on manufacturing.**
- 3. In keeping with Canada's interest to support the growth of responsible Canadian business internationally, the Trade Commissioner Service should develop systems to support and monitor how companies and their partners in global markets abide by international human rights law and environmental standards when operating overseas. In the event of a serious failure and when steps to bring the company into compliance have also failed, government support for the company should be withdrawn.**

**LIBERAL PARTY**  
**DISSENTING OPINION**  
**TRADE COMMISSIONER SERVICE**

The study by the committee on the Canadian trade commissioner service has acknowledged and given support to the work and achievements of the service in the work performed in support of Canadian exporters.

What the committee report has failed to provide is a clear and unequivocal recommendation that the federal government maintain the existing operations of the service specifically in the United States, and in all international markets.

It has become evident that the Conservative government has demonstrated a priority with respect to the international trade file that has seen a diminution of focus on our largest trading partner, the United States. Canadians have witnessed a failure to resolve the outstanding Country of Origin (COOL) dispute with the United States, in fact the U.S. administration has announced its intention to appeal rather than abide by a recent finding that found COOL represented an unfair trade barrier; that the Canadian government failed to both initially and more recently detect and respond in a timely fashion to the Buy American and later the Made in America initiative by the U.S. administration which could see a serious negative impact on Canadian exporters.

What remains in place however, is the fact that the federal government itself has affirmed in its most recent publication Canada's State of Trade, trade and investment update — 2011, that it projects that by 2040 75.5% of our merchandise exports will be to the U.S., which are currently standing at 74.9%. Any diminution of our positive presence in the U.S. marketplace will have only a negative impact for our exports and our economy.

At the same time the Canada — European Trade Agreement, CETA has not as yet been concluded. This, in spite of the fact that during the course of the committee's hearings our chief trade negotiator gave a very clear indication that the conclusion of the agreement was anticipated no later than the first couple of months of 2012. Now the Minister of International trade is speculating that it is his hope the CETA could be concluded by the end of 2012.

At the same time we have a government that while it is promoting so called new free trade agreements it has as yet to conclude any arrangement with the substantial economies it has targeted, the EU, India, Japan or Korea. As indicated above our major existing trading relationship is allowed to languish under this government.

One indicator of this has been the concern raised in news reports speculating on the possible decision by the federal government to close six consulate offices in the United States. The speculation regarding the possible closure of the Canadian consulates



in Anchorage, Philadelphia, Houston, Raleigh, Phoenix and San Diego would eliminate the Trade Commissioner Service offices housed in each of those consulates.

During the course of the hearings of this committee, this issue was raised on more than one occasion.

When the prospect of the closure of consulate services which would impact upon the presence in the U.S. of our front line trade commissioner service representation was raised before the committee on March 6, 2012, the witnesses with whom the matter was raised reinforced the message conveyed throughout the meetings on the issue that they supported the service and indicted that it has been a significant asset to our export sector.

The Minister of International Trade appeared before the committee on March 13, 2012 at which he praised the service pointing out that a "recent study showed that exporters receiving assistance from the Trade Commissioner Service enjoy an average export value 18% higher than that of comparable exporters who didn't use the service." (Committee Evidence, March 13, 2012, p. 2)

What should be noted is that during the Minister's testimony he did not refute the media story which indicated that six consulates were being considered for closure. What the Minister did state reflects the government's focus on trading relationships beyond the U.S. "The Trade Commissioner Service is also constantly adjusting to an ever-changing environment. Since 2006 we've opened 15 new trade offices in key markets, such as Brazil, India, and China, in recognition of the growing importance of emerging markets and also to ensure that Canadian companies can take advantage of these exciting business opportunities. (Committee Evidence, March 13, 2012, p. 2)

Again, the emphasis is on as yet potential markets rather than the enhancement of established markets such as in this case the United States.

Regardless as to whether the specific media story concerning the possible closures of a number of consulates in the United States has veracity or not, it remains important that this committee in its report should have taken note of the issue and signaled its opposition to such an initiative.

#### **Recommendation:**

- a) That the Standing Committee on International Trade strongly supports the maintenance of the current level of consular and Trade Commissioner Service representation in the United States and elsewhere.**
- b) That the federal government provide to the committee a comprehensive plan with respect to the future of the Trade Commissioner Service in terms of staffing, operations and mandate.**



On a final point the Trade Commissioner Service must remain equally distributed and accessible to Canadian businesses regardless of whether the country in question has a free trade agreement with Canada or not.

**Recommendation:**

**That the Department of International Trade ensures that the services of the Trade Commissioner Service are provided and accessible on an equal basis regardless of any free trade agreement having been signed between any individual country and Canada.**





**Recommandation :**  
Que le ministère du Commerce international veille à ce que les services du Service des délégués commerciaux soient offerts et accessibles sur une base égale, indépendamment de la signature d'un accord libre-échange entre un pays et le Canada.  
de

Diego), ce qui entraînerait la disparition des bureaux du Service des délégués commerciaux qu'ils abritent. Cette question a été soulevée à plusieurs reprises durant les audiences du Comité.

Quand la question de la fermeture éventuelle des services consulaires, et donc de la diminution de la présence aux États-Unis de nos délégués commerciaux, a été soulevée durant l'audience du Comité du 6 mars 2012, les témoins que le Comité entendait à ce moment-là ont réitéré leur appui au Service et insisté sur son importance pour nos exportations.

Lorsque le ministre du Commerce international a comparu devant le Comité le 13 mars 2012, il a loué le Service, signalant que, « [s]elon une étude récente, les exportateurs qui reçoivent une aide du Service des délégués commerciaux obtiennent une valeur à l'exportation supérieure de 18 p. 100 en moyenne à celle d'exportateurs comparables qui n'utilisent pas ce service ». (*Témoignages*, 13 mars 2012, p. 2)

Il importe de noter que le Ministre n'a pas réfuté l'information suivant laquelle le gouvernement envisagerait la fermeture de six consulats. Ce qu'il a dit, en revanche, reflète l'importance que le gouvernement accorde aux relations commerciales du Canada avec des pays autres que les États-Unis : « Le Service des délégués commerciaux réussit à s'adapter à un environnement en évolution constante. Depuis 2006, nous avons ouvert 15 nouveaux bureaux dans des marchés cruciaux comme le Brésil, l'Inde et la Chine, afin de tenir compte de l'importance croissante de ces marchés émergents et d'aider les entreprises canadiennes à s'implanter sur ces marchés prometteurs. » (*Témoignages*, 13 mars 2012, p. 2)

Là encore, on met l'accent sur des marchés potentiels au lieu de chercher à développer des marchés établis, comme celui des États-Unis.

Qu'il y ait du vrai ou non dans les informations qui circulent sur la fermeture possible de certains consulats aux États-Unis, il aurait été important que le Comité mentionne la question dans son rapport et qu'il fasse état de son opposition à une telle mesure.

### Recommandation :

a) Que le Comité permanent du commerce international appuie fortement le maintien aux niveaux actuels de la représentation consulaire et des bureaux du Service des délégués commerciaux du Canada aux États-Unis et ailleurs.

b) Que le gouvernement fédéral remette au Comité un plan d'avenir complet du Service des délégués commerciaux sur le plan de ses effectifs, de ses activités et de sa mission.

Pour terminer, les bureaux du Service des délégués commerciaux doivent demeurer également distribués et accessibles aux entreprises canadiennes, que le pays en question ait conclu ou non un accord de libre-échange avec le Canada.

## OPINION DISSIDENTE DU PARTI LIBÉRAL

### AU SUJET DU SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX

Dans son rapport sur le Service des délégués commerciaux du Canada, le Comité salue le travail du Service à l'appui des exportateurs canadiens, et loue ses réalisations en la matière.

Ce qu'il omet de faire cependant, c'est de recommander sans équivoque que le gouvernement fédéral maintienne aux niveaux actuels la présence du Service, en particulier aux États-Unis, et sur tous les marchés internationaux.

Il est devenu évident que les priorités du gouvernement conservateur en matière de commerce international le détournent de notre plus important partenaire commercial, les États-Unis. On constate notamment que le conflit avec les États-Unis au sujet du marquage du pays d'origine n'est pas résolu. En fait, le gouvernement américain a annoncé son intention d'en appeler de la récente décision suivant laquelle les exigences de marquage du pays d'origine constituent un obstacle indu au commerce international. Par ailleurs, le gouvernement canadien n'a pas su réagir à temps d'abord à la loi Buy American et, plus récemment, au programme Made in America, qui risquent d'avoir des conséquences désastreuses pour les exportateurs canadiens.

Or, le gouvernement fédéral admet lui-même, dans la dernière édition — celle de 2011 — de *Le commerce international du Canada : Le point sur le commerce et l'investissement* que, selon ses projections, en 2040, 75,5 % de nos exportations de marchandises seront destinées aux États-Unis, contre 74,9 % actuellement. Toute diminution de notre présence sur le marché américain ne peut que nuire à nos exportations et à notre économie.

Parallèlement, la négociation de l'accord de libre-échange Canada-Europe n'a pas encore abouti, alors que le négociateur en chef du Canada avait clairement donné à entendre au Comité, durant ses audiences, que l'accord serait probablement conclu au plus tard dans les tout premiers mois de 2012. Maintenant, le ministre du Commerce international dit espérer que l'accord sera conclu d'ici la fin de 2012.

Ainsi, le gouvernement se targue de promouvoir la signature de nouveaux accords de libre-échange, mais il n'a pas encore réussi à conclure d'entente avec les grandes économies qu'il a ciblées, à savoir l'Union européenne, l'Inde, le Japon ou la Corée. Pendant ce temps-là, comme on l'a dit plus haut, le gouvernement laisse languir nos relations avec notre principal partenaire commercial.

À ce sujet, suivant certaines informations diffusées dans les médias, le gouvernement fédéral envisagerait de fermer six bureaux consulaires aux États-Unis (ceux d'Anchorage, de Philadelphie, de Houston, de Raleigh, de Phoenix et de San





ainsi que les normes environnementales dans leurs activités à l'étranger. En cas de manquement grave d'une entreprise et si les mesures visant à en assurer la conformité se révèlent inefficaces, le gouvernement devrait retirer son appui à cette entreprise.

Le NPD n'approuve pas une recommandation en particulier. Il ne pense pas que le SDC devrait se concentrer sur les pays avec lesquels le Canada a conclu un accord de libre-échange, car ce faisant, il compromettrait la capacité du Canada de faciliter le commerce avec d'importants partenaires avec lesquels il maintient de solides relations commerciales sans pour autant avoir conclu un accord de libre-échange. Le NPD croit plutôt que le SDC devrait accorder la priorité aux régions qui ont un niveau commercial très élevé ou potentiel. Il s'agira souvent de pays auxquels nous sommes liés par un accord de libre-échange, mais pas toujours.

Enfin, le NPD estime que le Canada devrait prêcher par l'exemple pour promouvoir la responsabilité sociale des entreprises; il croit que les entreprises canadiennes devraient respecter le droit international en matière de droits de la personne de même que les normes environnementales lorsqu'elles exercent leurs activités à l'étranger. Le gouvernement devrait encourager des comportements responsables de la part des entreprises canadiennes avec lesquelles il traite, notamment par le travail important qu'effectue le SDC.

Pour terminer, le NPD appuie la majeure partie du rapport du Comité, mais le présent rapport vient préciser les mesures que peut prendre le SDC pour mieux promouvoir les valeurs et le commerce canadiens dans un marché mondial de plus en plus complexe et dynamique.

## **Recommandations du NPD pour le rapport sur le Service des délégués commerciaux**

Après l'examen approfondi des services offerts par le Service des délégués commerciaux du Canada, qu'a effectué le Comité permanent du commerce international, le Nouveau Parti démocratique du Canada recommande les améliorations suivantes :

1. Comme le SDC est le principal point d'accès des entreprises canadiennes au marché international et que les entreprises canadiennes sont pour la plupart de petites et moyennes entreprises, le gouvernement du Canada devrait les soutenir davantage et accroître la visibilité, la cohérence et l'efficacité des services que leur offre le SDC.

2. Le SDC devrait exposer plus clairement les tenants et les aboutissants du marché du travail canadien, à l'intention des partenaires commerciaux actuels ou éventuels, notamment en ce qui a trait à l'intégration nord-américaine des secteurs présentant une valeur ajoutée, plus particulièrement le secteur manufacturier.

3. Comme le Canada souhaite favoriser la croissance d'entreprises canadiennes responsables à l'échelle internationale, il conviendrait que le SDC élabore des mécanismes visant à appuyer ces entreprises et permettant de déterminer si elles et leurs partenaires dans les marchés mondiaux respectent les droits de la personne

## **Rapport supplémentaire du NPD :**

### **Étude du Service des délégués commerciaux du Canada réalisée par le Comité permanent du commerce international**

Le NPD remercie le Comité et les témoins d'avoir consacré du temps à l'étude du Service des délégués commerciaux du Canada (SDC). Il estime que les délégués commerciaux du Canada contribuent de façon non négligeable à promouvoir les intérêts commerciaux du Canada dans le monde. Comme le Canada est au nombre des grands pays commerçants, le gouvernement du Canada se doit de favoriser la croissance économique en aidant les entreprises canadiennes à tirer parti des possibilités d'échanges à l'échelle internationale.

En général, l'étude du Service des délégués commerciaux du Canada qu'a menée le Comité est minutieuse et équilibrée, et le NPD en accepte la majeure partie du contenu. Il rejette cependant une recommandation importante adoptée à la majorité et souhaite apporter d'autres éléments d'information. En particulier, d'importants aspects des témoignages présentés au Comité ont été omis dans le rapport alors qu'ils devraient s'y retrouver.

Il a été dit au Comité que le SDC sait représenter les entreprises canadiennes dans les dossiers d'intérêt public. Par exemple, il a été question des interventions faites par le SDC au nom d'entreprises canadiennes qui ne pouvaient accéder au marché américain à cause de la loi « Buy American ». Le NPD reconnaît les efforts qui ont été déployés à cet égard et il considère que le SDC peut aider les entreprises canadiennes à avoir accès au marché, d'autant plus que le paysage politique dans lequel évoluent nos partenaires commerciaux se modifie rapidement. Le rôle important du SDC pourrait s'étendre aux obstacles tarifaires et non tarifaires, notamment les dispositions afférentes aux règles d'origine qui limitent l'accès aux marchés pour les produits fabriqués au Canada.

Le Comité a également appris que les petites et moyennes entreprises canadiennes ne bénéficient pas du même niveau de service de la part du SDC et qu'elles auraient beaucoup à gagner de ces services. Le SDC devrait chercher à rectifier le tir.

Par ailleurs, il a été dit au Comité que le roulement de personnel dans les bureaux du SDC à l'étranger nuisait à la prestation des services. Même si le problème a été abordé sous l'angle des lacunes du SDC et du niveau de service inégal fourni par les bureaux, le Comité n'a pas clairement indiqué pourquoi certains bureaux n'arrivent pas à conserver le personnel, et ce, malgré la motion présentée par le NPD le 15 mars 2012 pour régler cette question, soit : Que, dans le cadre de son étude sur le Service des délégués commerciaux, le Comité invite, du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, des représentants en dotation responsables de l'embauche des délégués commerciaux pour parler des tendances générales de roulement en personnel et des défis entourant la rétention des effectifs en ressources humaines du service de délégués commerciaux. »





# DEMANDE DE RÉPONSE DU GOUVERNEMENT

Conformément à l'article 109 du Règlement, le Comité demande au gouvernement de déposer une réponse globale au présent rapport.

Un exemplaire des procès-verbaux pertinents (séances nos 4, 7, 23, 25, 28 et 29) est déposé.

Respectueusement soumis,

Le président,

L'hon. Rob Merrifield, C.P., député



# ANNEXE : LISTE DES TÉMOINS

| Organisations et individus   | Date       | Réunion |
|--|------------|---------|
| Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international<br>Peter MacArthur, sous-ministre adjoint par intérim,<br>Développement du commerce international, investissement et innovation<br>Peter McGovern, sous-ministre adjoint,<br>Asie et délégué commercial en chef | 2011/10/04 | 4       |
| Clearford Industries Inc.<br>Bruce Linton, président-directeur général   | 2011/10/20 | 7       |
| Cubex Limited<br>Hemant M. Shah, directeur,<br>Asie occidentale, Division des foreuses Mégamatic   |            |         |
| Manufacturiers et exportateurs du Canada<br>Jean-Michel Laurin, vice-président,<br>Affaires mondiales  |            |         |
| Mobile Detect Inc.<br>Chris Clarke, président  |            |         |
| Plasco Energy Group Inc.<br>Edmond Chiasson, vice-président,<br>Affaires publiques   |            |         |
| Conference Board du Canada<br>Glen Hodgson, premier vice-président et économiste en chef   | 2012/02/28 | 23      |
| Conseil consultatif sur les petites et moyennes entreprises<br>Murad Al-Katib, président   |            |         |
| Exportation et développement Canada<br>Stephen Poloz, président et chef de la direction  |            |         |
| Grey, Clark, Shih and Associates Limited<br>Peter Clark, président   |            |         |
| Centra Industries Inc.<br>Jacques Bonaventure, directeur Développement des Affaires  | 2012/03/06 | 25      |
| Fondation Asie-Pacifique du Canada<br>Yuen Pau Woo, président et chef de la direction  |            |         |
| Koss Aerospace<br>Brent Howatt, directeur commercial   |            |         |

Le Comité a relevé trois améliorations que pourrait apporter le SDC. Dans cette optique, le Comité recommande que :

#### Recommandation 1

Le Service des délégués commerciaux accroisse l'uniformité des services offerts dans ses différents bureaux.

#### Recommandation 2

Le Service des délégués commerciaux continue de renforcer les capacités dans les nouveaux marchés qui offrent un potentiel de croissance élevé pour le Canada.

#### Recommandation 3

Le Service des délégués commerciaux comble le manque de mémoire institutionnelle et de connaissances locales attribuables à la rotation constante des délégués commerciaux canadiens à l'étranger.

#### Recommandation 4

Le Service des délégués commerciaux se concentre sur les pays avec lesquels le Canada a signé un accord de libre-échange afin d'aider les exportateurs et les investisseurs canadiens à profiter du traitement préférentiel obtenu en vertu de ces accords.

Au dire des témoins, les services fournis aux exportateurs canadiens par le SDC se comparent favorablement aux services offerts dans d'autres pays. Même si le Canada ne peut concurrencer des pays comme les États-Unis pour ce qui est des ressources affectées aux entreprises afin de faciliter leurs activités à l'étranger, il semble que le Canada compense le niveau relativement faible de ressources financières et humaines par des services de grande qualité. Selon Jacques Bonaventure (directeur, Développement des entreprises, Centra Industries Inc.), le SDC fournit des services de première classe qui sont reconnus dans le monde entier. Brent Howatt, lui, est allé plus loin lorsqu'il a affirmé que la qualité générale des services du SDC est supérieure à celle des services semblables offerts par d'autres pays aux entreprises exportatrices.

En ce qui a trait aux pratiques internationales exemplaires que pourrait adopter le SDC, Jean-Michel Laurin a mentionné que l'Australie utilise un test pour déterminer si les entreprises sont prêtes à exporter leurs produits et si elles ont les reins assez solides pour être concurrentielles sur le plan international. Selon M. Laurin, c'est là le premier critère que devrait utiliser le SDC pour évaluer le succès futur des entreprises qui veulent se lancer sur les marchés étrangers. Le SCD peut tirer parti de l'expérience de l'Australie.

## **CONCLUSION**

Tout au long de son étude sur le SDC, le Comité a entendu divers témoignages. Dans le contexte de la mondialisation et de l'évolution du secteur manufacturier, les témoins se sont entendus pour dire que l'argument économique en faveur des délégués commerciaux, qui aident les exportateurs et les investisseurs canadiens à élaborer et à appliquer des stratégies de commerce international, est plus convaincant que jamais. Le SDC semble avoir établi un juste équilibre entre la promotion des échanges commerciaux et l'aide au commerce.

Le Comité a noté que le soutien fourni par le SDC est particulièrement important pour les PME, car celles-ci doivent assumer des coûts relativement plus élevés pour obtenir de l'information commerciale et pour établir des relations avec des clients dans des marchés étrangers. Cette aide profite tout particulièrement aux entreprises qui en sont à une étape de développement préliminaire ou qui n'ont aucune expérience en matière de commerce international.

Un thème central est ressorti des audiences : le SDC fournit des services d'excellente qualité qui sont adaptés aux besoins des entreprises canadiennes. Qui plus est, les services fournis aux exportateurs canadiens par le SDC se comparent favorablement à ceux offerts dans d'autres pays aux entreprises exportatrices.



En ce qui concerne les nouvelles technologies, Yuen Pau Woo a indiqué qu'il était impressionné par les efforts que fait le SDC afin d'élargir son rayonnement, surtout à l'aide d'Internet. À son avis, le Délégué commercial virtuel est une excellente initiative qui fournit des renseignements récents, et le SDC produit des études de marché ainsi que des rapports sur les secteurs industriels qui sont d'excellente qualité.

## Promotion des échanges commerciaux et aide au commerce

Pour ce qui est de l'affectation des ressources humaines et financières entre les deux activités que sont la promotion des échanges commerciaux et l'aide au commerce, le Comité a appris que le SDC avait établi un juste équilibre.

Des témoins ont parlé de la commercialisation d'une image de marque « Canada » qui mise sur les atouts et la réputation mondiale du Canada en tant que fabricant de produits de grande qualité; ces témoins étaient d'avis que la commercialisation de l'image de marque devrait être au cœur du mandat du SDC. Dans la même veine, on a dit au Comité qu'un organisme comme le SDC qui agit au nom du gouvernement canadien pouvait ouvrir la voie aux exportateurs canadiens.

Edmond Chiasson (vice-président, Affaires publiques, Plasco Energy Group Inc.) a cependant fait observer que les entreprises canadiennes doivent avoir des attentes réalistes à l'égard du SDC. Selon lui, les entreprises peuvent bénéficier des conseils stratégiques et des connaissances locales des délégués commerciaux, mais en fin de compte, il leur revient de promouvoir la valeur ajoutée de leurs produits ou services.

Au sujet de la promotion des échanges commerciaux, le Comité a appris que le SDC et, en général, le gouvernement fédéral devraient relancer les missions commerciales « Équipe Canada » pour amener les entreprises à se joindre au gouvernement fédéral afin de promouvoir les intérêts commerciaux du Canada à l'étranger. Les représentants du MAECI ont reconnu que la formule des missions commerciales donne de bons résultats dans certains marchés et que le ministre du Commerce international est ouvert à de telles initiatives.

Bien que le travail des délégués commerciaux consiste principalement à promouvoir de façon proactive les échanges commerciaux, une autre tâche, la résolution des problèmes auxquels font face les exportateurs canadiens, est très importante, surtout lorsqu'il s'agit de denrées périssables et de PME ayant des ressources limitées. À cet égard, le SDC collabore avec d'autres intervenants, selon les besoins, pour régler les problèmes d'accès au marché. Par exemple, l'Agence canadienne d'inspection des aliments a établi des postes dans les marchés clés pour les produits agricoles, notamment au Japon et en Chine, afin de régler les problèmes sanitaires et phytosanitaires.

Murad Al-Katib a quant à lui estimé que le SDC donne aux entreprises canadiennes une importante longueur d'avance sur ses compétiteurs pour ce qui est de la prestation des services. Toujours selon M. Al-Katib, le SDC devrait cependant accroître l'uniformité des services d'une ambassade à l'autre. Afin que cet objectif soit atteint, les délégués commerciaux du SDC doivent avoir à la fois des connaissances locales et une connaissance de l'économie canadienne.

Des représentants du MAECI ont abondé dans le sens de M. Al-Katib et ont dit au Comité que, selon un sondage réalisé auprès de leurs clients, il fallait se pencher sur l'uniformité de la qualité des services afin d'accroître les chances de réussite des entreprises canadiennes qui font appel au SDC.

En outre, des représentants du MAECI ont mentionné au Comité que le SDC attire de nouvelles entreprises canadiennes de deux façons : en s'adressant à l'organisme en présentant une demande directement à l'un de ses bureaux régionaux ou l'étranger ou en passant par l'entremise de ses portails Web ou téléphonique. En 2010, le SDC a offert des services à plus de 13 000 entreprises canadiennes, ce qui représente une augmentation de 10 % par rapport à 2009; la plupart de ces entreprises étaient des PME.

Des témoins ont mentionné que la publicité devrait être la plus haute priorité du SDC. D'aucuns estiment que le SDC devrait être proactif et rencontrer directement les associations commerciales et les entreprises dans les secteurs clés afin de leur expliquer ce que le SDC peut leur apporter. À ce propos, Yuen Pau Woo (président et chef de la direction, Fondation Asie Pacifique du Canada) a indiqué :

Je pense qu'il serait fructueux pour le Service des délégués commerciaux d'étendre ses échanges avec l'industrie en détachant, de temps à autre, des délégués commerciaux dans les associations industrielles, et peut-être même dans des sociétés, pour de courtes périodes, avant de les réintégrer dans la fonction publique, afin qu'ils puissent mieux se familiariser avec les défis réels que l'industrie doit relever. Ce type de fécondation croisée pourrait être très productive tant pour les délégués commerciaux que pour le secteur privé<sup>8</sup>.

Les représentants du MAECI ont également indiqué qu'ils souhaitent que davantage d'entreprises canadiennes bénéficient des services du SDC. Ils aimeraient tout particulièrement qu'un plus grand nombre de très petites entreprises exportent leurs produits ou services parce qu'ils croient que la croissance de ces entreprises mènera à une plus grande prospérité économique et que celles-ci entraîneront d'autres entreprises avec elles.

Il faut, en règle générale, compter deux ans en poste avant que le délégué ne connaisse les gens et les entreprises avec lesquels il sera appelé à interagir, car il n'y a pas que les entreprises qui comptent; il y a également la personnalité des intervenants. Nous aimerions que les régimes des personnes en poste dans ces régions durent plus longtemps.

Le Comité a appris que les délégués commerciaux engagés localement peuvent offrir une continuité dans les services. Des témoins se sont dits satisfaits des services qu'ils ont reçus de la part de ceux-ci et ont mentionné que ces délégués commerciaux sont très compétents et ont l'avantage de connaître les coutumes et les pratiques locales. Même si on ne peut pas s'attendre à ce que les délégués engagés localement aient la même loyauté envers le Canada que les délégués commerciaux embauchés au Canada, il en coûte relativement moins cher de recourir à leurs services.

Dans ce contexte, le Comité a constaté que le recours aux délégués commerciaux locaux offre des avantages. Ceci étant dit, il y a également des inconvénients; par exemple, le personnel local n'a généralement pas les mêmes liens directs avec le gouvernement canadien. Il se peut donc que les représentants et les intervenants étrangers préfèrent collaborer avec les délégués commerciaux canadiens.

## SUCÈS DE L'AIDE OFFERTE AUX ENTREPRISES PAR LE SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX

### Satisfaction à l'égard des services du SDC

Des témoins ont parlé en termes favorables de leur expérience avec le SDC. Ils ont dit au Comité que les délégués commerciaux avaient une bonne connaissance des marchés étrangers et qu'ils y avaient établi des réseaux grâce auxquels les entreprises canadiennes pouvaient, en moins de temps et à moindres coûts, établir les liens nécessaires pour réaliser leurs objectifs d'exportation et d'investissement. À cet égard, Chris Clarke (président, Mobile Detect Inc.) a indiqué :

Que se serait-il passé si le Service des délégués commerciaux n'avait pas fourni l'information commerciale sur le marché de San Diego, la connaissance du marché et les contacts? Nous, chez Mobile Detect, savons bien quelle est la réponse. Le coût et le temps requis pour nouer des relations similaires auraient été élevés, voire prohibitifs. Les cadres supérieurs de grosses sociétés n'auraient pas été accessibles à un petit innovateur canadien.

Témoignages, réunion n° 25, 6 mars 2012.  
Témoignages, réunion n° 7, 20 octobre 2011.



comparé pas à ce qu'on trouve dans le privé, et nous rendons un service gratuit aux exportateurs canadiens<sup>4</sup>.

Le Comité a entendu divers commentateurs au sujet de la présence actuelle et future du SDC. Des témoins ont mentionné qu'en raison de l'évolution des modes de production et des échanges commerciaux, il fallait que le SDC soit au bon endroit au bon moment. Selon Glen Hodgson (premier vice-président et économiste en chef, Conférence Board du Canada), une analyse effectuée par le Conférence Board du Canada à partir de variables comme le commerce à valeur ajoutée démontre qu'il est nécessaire d'affecter davantage de délégués commerciaux dans les nouveaux marchés qui offrent d'énormes possibilités de croissance pour le commerce canadien. Il a indiqué à ce propos :

Au fil de l'évolution du positionnement de nos délégués commerciaux sur la planète, qu'il s'agisse de simplement les déplacer ou d'en accroître le nombre, j'aimerais que l'on cible les marchés émergents. Je voudrais voir de plus en plus de nos délégués acquérir une connaissance approfondie des réalités commerciales du Moyen-Orient, de l'Asie du Sud, de l'Afrique et de l'Asie du Sud-Est, car c'est là qu'on trouve le potentiel de croissance le plus élevé. La Chine est un marché de 1,4 million de personnes; imaginez combien de bureaux nous pourrions avoir dans des villes de plus de 5 millions d'habitants comme il y en a beaucoup en Chine<sup>5</sup>.

Peter Clark (président, Grey, Clark, Shih and Associates Limited) a également partagé l'opinion qu'il faille intensifier la présence du SDC en Chine et il a reconnu que c'était ce qu'avait fait dernièrement le SDC en ouvrant de nouveaux bureaux là-bas. Selon lui, le SDC devrait aussi accorder une attention particulière à la Russie, qui a récemment adhéré à l'Organisation mondiale du commerce. Enfin, le SDC, a-t-il dit, doit se concentrer sur les marchés en expansion plutôt que sur ceux qui se contractent.

Des témoins ont parlé du problème de rotation constante des délégués commerciaux canadiens à l'étranger, une pratique qui, à leur avis, nuit à la qualité des services du SDC. Les témoins se sont accordés pour dire que les délégués commerciaux sont compétents et se consacrent à la réalisation du mandat du SDC, mais certains ont signalé l'absence de mémoire institutionnelle due aux affectations géographiques relativement courtes des délégués commerciaux; en général, les affectations sont de trois à quatre ans. L'absence de mémoire institutionnelle peut poser problème dans des pays comme la Chine ou le Japon, où les barrières culturelles sont relativement plus élevées et où les relations personnelles occupent une grande place dans les affaires. Au sujet de la longueur des affectations des délégués commerciaux dans les nouveaux marchés, Brent Howatt (directeur des ventes, Koss Aerospace) a dit ceci :

---

<sup>4</sup> Témoignages, réunion n° 4, 4 octobre 2011.

<sup>5</sup> Témoignages, réunion n° 23, 28 février 2012.

soumissions, l'entreposage, l'assurance et les demandes de remboursement, ainsi que les comptes en souffrance<sup>3</sup> ;

Exportation et développement Canada (EDC) a également le mandat de soutenir et de développer les exportations canadiennes. Contrairement au SDC cependant, EDC fonctionne comme une institution commerciale qui perçoit de l'intérêt sur ses prêts et des primes sur ses produits d'assurance. L'organisme ne reçoit pas de crédits parlementaires annuels et ne fournit pas de subventions aux entreprises canadiennes.

Les représentants du MAECI et d'EDC ont indiqué que leurs organismes travaillent en étroite collaboration et se réunissent régulièrement pour examiner des stratégies mondiales. Même si les délégués commerciaux du MAECI et les employés d'EDC se partagent la même clientèle, les représentants ont dit au Comité que la plupart des services fournis par les deux organismes sont complémentaires et ne se chevauchent guère. Selon Stephen Poloz (président et chef de la direction, Exportation et développement Canada), les délégués commerciaux et les employés d'EDC se réfèrent souvent des clients selon les besoins et les activités de ces derniers. Des témoins représentant des entreprises privées convenaient que les services fournis par le SDC et par EDC ne se recoupent pas.

Outre la collaboration qui existe entre le SDC et EDC, le Comité a appris que d'autres ministères et organismes fédéraux qui ont des compétences sectorielles et/ou techniques appuient directement ou indirectement les délégués commerciaux du MAECI. C'est le cas d'Agriculture et Agroalimentaire Canada qui dirige le Service d'exportation agroalimentaire, lequel appuie les exportateurs de produits alimentaires canadiens et dont certains employés sont en poste dans des ambassades, des hauts commissariats et des consulats du Canada à l'étranger.

Des témoins ont indiqué au Comité que des entreprises privées et des cabinets de consultants offrent des services semblables à ceux du SDC. La principale différence est que les entreprises n'ont pas à déboursier pour les services offerts par le SDC. Selon Peter McGovern, en raison du nombre de délégués commerciaux et de leur présence dans de si nombreux pays, le secteur privé ne peut reproduire ce qu'offre le SDC :

Nous sommes un peu un genre de KPMG gouvernemental. Nous avons une administration centrale ici, à Ottawa, nous avons un réseau national constitué de 18 points au Canada et nous avons un réseau international formé de 150 points de service. Nous sommes donc extrêmement grands. Nous avons un réseau qui ne se



Le Comité a appris que la valeur ajoutée du SDC peut prendre différentes formes selon la relation économique entre le Canada et le partenaire commercial en question ou selon le contexte commercial et culturel qui caractérise le marché. Par exemple, le SDC a contribué au maintien de la relation commerciale entre le Canada et les États-Unis dans le cadre du programme « Buy American » de l'*American Recovery and Reinvestment Act of 2009* en aidant les entreprises à obtenir une dispense et en travaillant avec les administrations locales pour que les entreprises canadiennes continuent d'avoir accès aux marchés locaux d'approvisionnement aux États-Unis. En Europe, le SDC aide les entreprises canadiennes à comprendre les règlements complexes et à s'y conformer. Qui plus est, ce dernier jouerait un rôle de support de premier plan pour les entreprises canadiennes qui voudraient profiter des débouchés commerciaux suivant la ratification d'un accord économique et commercial global entre le Canada et l'Union européenne. En Asie, le SDC aide les entreprises canadiennes à comprendre la culture d'affaires et à établir des relations pouvant déboucher sur des partenariats fructueux.

Des témoins ont indiqué que le SDC doit jouer un rôle de premier plan en lien avec les accords de libre-échange que le Canada négocie actuellement ou qui ont pris effet dernièrement. On a laissé entendre que le SDC devrait se concentrer sur les pays qui sont visés par ces accords afin que les exportateurs et les investisseurs canadiens puissent tirer parti du traitement préférentiel qui en résulte.

## STRUCTURE ORGANISATIONNELLE ET SERVICES DU SDC

Le SDC offre un éventail de services, tous conçus pour favoriser la croissance des entreprises canadiennes à l'étranger :

- préparation aux marchés mondiaux, par exemple en aidant les entreprises canadiennes à déterminer si elles sont des concurrents de taille sur la scène internationale, à choisir un marché cible, à recueillir des informations commerciales et à améliorer leur stratégie de commerce international;

- évaluation du potentiel de marché, par exemple en fournissant de l'information commerciale et des conseils pour améliorer la stratégie de développement de marché;

- établissement de contacts qualifiés, par exemple d'éventuels acheteurs ou partenaires, des professionnels des domaines financier et juridique, des personnes-ressources dans le domaine de la technologie, des autorités étrangères en matière de réglementation et des organismes de promotion des investissements;

- résolution de problèmes, notamment en ce qui concerne le dédouanement et l'expédition, les pratiques commerciales déloyales, la présentation de

Selon les représentants du MAECI, les entreprises qui exportent enregistrent des gains de productivité annuels plus élevés que celles qui n'exportent pas. Ainsi, ceux-ci ont affirmé que le SDC favorise les gains de productivité en soutenant les exportations. À cet égard, Peter McGovern (sous-ministre adjoint, Asie et délégué commercial en chef, MAECI) a indiqué :

[L]a recherche montre que chaque dollar investi dans le Service des délégués commerciaux entraîne une augmentation de 27 \$ des exportations de marchandises et que les sociétés qui profitent des services des délégués commerciaux exportent 18 p. 100 de plus que les sociétés comparables qui n'y ont pas recours. Bref, une productivité plus élevée renforce les entreprises, le commerce international stimule les gains de productivité, et le Service des délégués commerciaux appuie le commerce international.

La plupart des témoins ont souligné le rôle crucial que le SDC joue en aidant les petites et moyennes entreprises (PME) à se tailler une place au niveau mondial. Comme les PME doivent assumer des coûts relativement plus élevés pour obtenir de l'information commerciale et pour nouer des relations avec des clients dans des marchés étrangers, l'aide des délégués commerciaux et l'accès aux réseaux du SDC dans d'autres pays leur offrent un avantage et leur permettent d'investir dans la technologie et dans la production plutôt que dans la commercialisation de leurs produits à l'étranger. Cela profite tout particulièrement aux entreprises qui en sont à une étape de développement préliminaire ou qui n'ont jamais exporté.

Des témoins ont fait valoir que les grandes entreprises sont en mesure de soutenir la concurrence au niveau international sans l'aide du SDC, tandis que d'autres estiment que le SDC fournit une aide ayant une valeur ajoutée en réglant les problèmes d'accès au marché. Au dire de Murad Al-Katib (président, Conseil consultatif sur les petites et moyennes entreprises), à mesure que les entreprises prennent de l'expansion, les problèmes peuvent devenir plus complexes. Voici l'expérience personnelle qu'il a relatée au Comité :

Nous exportons beaucoup vers l'Algérie. C'est un excellent marché pour les lentilles vertes du Canada. Nous avons eu un problème il y a environ deux ans. Une petite cargaison de lentilles a été bloquée aux douanes algériennes parce que l'importateur avait fait faillite. Étant donné la réglementation en vigueur, ils nous étaient impossible de dédouaner cette cargaison. Nous avons travaillé pendant plus de 13 mois pour régler ce petit problème. Finalement, suivant la recommandation de nos collègues des Affaires étrangères, nous avons communiqué avec notre ambassade à Alger et en moins de 13 jours — on est loin des 13 mois — nos conteneurs étaient libérés, notre problème était réglé et nous pouvions continuer notre commerce<sup>2</sup>.

- 1 Témoignages, réunion n° 4, 4 octobre 2011.
- 2 Témoignages, réunion n° 23, 28 février 2012.

## **INTRODUCTION**

Le 27 septembre 2011, le Comité permanent du commerce international de la Chambre des communes (ci-après le Comité) a décidé d'effectuer une étude du Service des délégués commerciaux du Canada (SDC), principalement pour déterminer dans quelle mesure le SDC aide les entreprises canadiennes à mieux tirer parti d'occasions commerciales à l'étranger. Entre octobre 2011 et mars 2012, le Comité a tenu quatre audiences à Ottawa afin de recueillir de l'information sur la structure et les activités actuelles du SDC et de savoir ce que pensaient certains clients des services reçus du SDC.

Le SDC est un réseau de professionnels du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) qui sont en poste dans les ambassades, les hauts commissariats et les consulats dans plus de 150 villes du monde ainsi que dans 18 bureaux régionaux au Canada. Ils fournissent des renseignements, des conseils et des services de soutien aux entreprises canadiennes qui veulent faire progresser leur stratégie de commerce international.

Conformément à la Stratégie commerciale mondiale, mise en œuvre en 2008 par le gouvernement fédéral, le SDC a accru sa présence dans certains marchés prioritaires et émergents. Par exemple, de nouveaux bureaux ont été ouverts en Chine, en Inde et au Brésil afin de profiter des opportunités qui s'offrent aux exportateurs et investisseurs canadiens dans des secteurs comme la fabrication, les technologies de l'information et l'agriculture et l'agroalimentaire. Il a également renforcé et augmenté ses ressources dans les bureaux régionaux au Canada.

## **BIEN-FONDÉ DU SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX**

Prenant pour acquis que les exportations contribuent à la prospérité du Canada, les témoins qui se sont présentés devant le Comité se sont entendus pour dire que le gouvernement fédéral doit aider les entreprises canadiennes à faire progresser leur stratégie de commerce international. On a dit au Comité qu'en raison de la mondialisation et de l'évolution du secteur manufacturier, les entreprises doivent aujourd'hui plus que jamais soutenir la concurrence à l'échelle mondiale et se relier aux chaînes d'approvisionnement mondiales. Dans ce contexte, Jean-Michel Laurin (vice-président, Affaires mondiales, Manufacturiers et exportateurs du Canada) a mentionné que l'argument économique pour un réseau international de délégués est plus solide que jamais.



# TABLE DES MATIÈRES

|  |    |
|--|----|
| SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU CANADA .....   | 1  |
| INTRODUCTION .....   | 1  |
| BIEN-FONDÉ DU SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX.....  | 1  |
| STRUCTURE ORGANISATIONNELLE ET SERVICES DU SDC.....  | 3  |
| SUCCÈS DE L'AIDE OFFERTE AUX ENTREPRISES PAR LE SERVICE DES<br>DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX.....     | 6  |
| Satisfaction à l'égard des services du SDC.....  | 6  |
| Promotion des échanges commerciaux et aide au commerce .....                                 | 8  |
| Service des délégués commerciaux du Canada et services semblables dans<br>d'autres pays..... | 9  |
| CONCLUSION.....  | 9  |
| ANNEXE : LISTE DES TÉMOINS.....  | 11 |
| DEMANDE DE RÉPONSE DU GOUVERNEMENT .....   | 13 |
| RAPPORT SUPPLÉMENTAIRE DU NOUVEAU PARTI DÉMOCRATIQUE.....                                    | 15 |
| OPINION DISSIDENTE DU PARTI LIBÉRAL .....  | 19 |





# **LE COMITÉ PERMANENT DU COMMERCE INTERNATIONAL**

a l'honneur de présenter son

## **TROISIÈME RAPPORT**

Conformément au mandat que lui confère l'article 108(2) du Règlement, le Comité a étudié le Service des délégués commerciaux et a convenu de faire rapport de ce qui suit :



# COMITÉ PERMANENT DU COMMERCE INTERNATIONAL

## PRÉSIDENT

L'hon. Rob Merrifield

## VICE-PRÉSIDENTS

L'hon. Wayne Easter  
Brian Masse

## MEMBRES

Ron Cannan  
Russ Hiebert  
Gerald Keddy  
Mathieu Ravignat  
Devinder Shory  
Raymond Côté  
Ed Holder  
Ève Péclet  
Bev Shipley

## AUTRES DÉPUTÉS QUI ONT PARTICIPÉ

Robert Chisholm

## GREFFIER DU COMITÉ

Paul Cardegna

## BIBLIOTHÈQUE DU PARLEMENT

Service d'information et de recherche parlementaires  
Alexandre Gauthier, analyste





**SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU  
CANADA**

**Rapport du Comité permanent  
du commerce international**

**Le président**

**L'hon. Rob Merrifield, C.P., député**

**MARS 2012**

**41<sup>e</sup> LÉGISLATURE, 1<sup>re</sup> SESSION**

## PERMISSION DU PRÉSIDENT

Publié en conformité de l'autorité du Président de la Chambre des communes



Il est permis de reproduire les délibérations de la Chambre et de ses comités, en tout ou en partie, sur n'importe quel support, pourvu que la reproduction soit exacte et qu'elle ne soit pas présentée comme version officielle. Il n'est toutefois pas permis de reproduire, de distribuer ou d'utiliser les délibérations à des fins commerciales visant la réalisation d'un profit financier. Toute reproduction ou utilisation non permise ou non formellement autorisée peut être considérée comme une violation du droit d'auteur aux termes de la *Loi sur le droit d'auteur*. Une autorisation formelle peut être obtenue sur présentation d'une demande écrite au Bureau du Président de la Chambre.

La reproduction conforme à la présente permission ne constitue pas une publication sous l'autorité de la Chambre. Le privilège absolu qui s'applique aux délibérations de la Chambre ne s'étend pas aux reproductions permises. Lorsqu'une reproduction comprend des mémoires présentés à un comité de la Chambre, il peut être nécessaire d'obtenir de leurs auteurs l'autorisation de les reproduire, conformément à la *Loi sur le droit d'auteur*.

La présente permission ne porte pas atteinte aux privilèges, pouvoirs, immunités et droits de la Chambre et de ses comités. Il est entendu que cette permission ne touche pas l'interdiction de contester ou de mettre en cause les délibérations de la Chambre devant les tribunaux ou autrement. La Chambre conserve le droit et le privilège de déclarer l'utilisateur coupable d'outrage au Parlement lorsque la reproduction ou l'utilisation n'est pas conforme à la présente permission.

On peut obtenir des copies supplémentaires en écrivant à :

Les Éditions et Services de dépôt Travaux publics et Services gouvernementaux Canada

Ottawa (Ontario) K1A 0S5

Téléphone : 613-941-5995 ou 1-800-635-7943

Télocopieur : 613-954-5779 ou 1-800-565-7757

publications@tpsgc-pwgsc.gc.ca

<http://publications.gc.ca>

Aussi disponible sur le site Web du Parlement du Canada à l'adresse suivante : <http://www.parl.gc.ca>

**SERVICE DES DÉLÉGUÉS COMMERCIAUX DU  
CANADA**

**Rapport du Comité permanent  
du commerce international**

**Le président**

**L'hon. Rob Merrifield, C.P., député**

**MARS 2012**

**41<sup>e</sup> LÉGISLATURE, 1<sup>re</sup> SESSION**



**CHAMBRE DES COMMUNES  
CANADA**